

PATENTS

IN THE UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE

In re application of

Masaru SANADA

Serial No. (unknown)

Filed herewith

METHOD FOR PROCESSING FORMATION AND SALE  
OF MERCHANDISE BY MEANS OF A NETWORK



**CLAIM FOR FOREIGN PRIORITY UNDER 35 U.S.C. 119  
AND SUBMISSION OF PRIORITY DOCUMENT**

Assistant Commissioner for Patents

Washington, D.C. 20231

Sir:

Attached hereto is a certified copy of applicant's  
corresponding patent application filed in Japan under  
2000-201184, filed July 3, 2000.

Applicant herewith claims the benefit of the  
priority filing date of the above-identified application for  
the above-entitled U.S. application under the provisions of 35  
U.S.C. 119.

Respectfully submitted,

YOUNG & THOMPSON

By

*Benoît Castel*

Benoît Castel  
Attorney for Applicant  
Customer No. 000466  
Registration No. 35,041  
745 South 23rd Street  
Arlington, VA 22202  
703/521-2297

June 28, 2001

日 本 国 特 許 庁  
PATENT OFFICE  
JAPANESE GOVERNMENT



別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office.

出 願 年 月 日  
Date of Application: 2000年 7月 3日

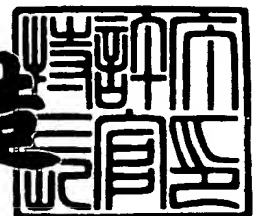
出 願 番 号  
Application Number: 特願2000-201184

出 願 人  
Applicant(s): 日本電気株式会社

2001年 3月23日

特許庁長官  
Commissioner,  
Patent Office

及 川 耕 造



出証番号 出証特2001-3023331

【書類名】 特許願  
【整理番号】 34700760  
【あて先】 特許庁長官殿  
【国際特許分類】 G06F 17/60  
【発明者】

【住所又は居所】 東京都港区芝五丁目 7 番 1 号  
本電気株式会社内

日

【氏名】 眞田 克  
【特許出願人】  
【識別番号】 000004237  
【氏名又は名称】 日本電気株式会社

【代理人】  
【識別番号】 100082935  
【弁理士】  
【氏名又は名称】 京本 直樹  
【電話番号】 03-3454-1111

【選任した代理人】  
【識別番号】 100082924  
【弁理士】  
【氏名又は名称】 福田 修一  
【電話番号】 03-3454-1111

【選任した代理人】  
【識別番号】 100085268  
【弁理士】  
【氏名又は名称】 河合 信明  
【電話番号】 03-3454-1111

【手数料の表示】  
【予納台帳番号】 008279  
【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

【物件名】 明細書 1

【物件名】 図面 1

【物件名】 要約書 1

【包括委任状番号】 9115699

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 ネットワークによる商品の形成・販売処理方法

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 商品の企画段階でネットワークを介して不特定多数のユーザに要求を聞く公募ステップと、前記要求に基いて企画に対する応募者の集合を作成する要求収集ステップと、前記要求収集ステップにおいて収集された情報により前記商品のイメージおよび特徴の分類を行う分類ステップと、前記集合毎に前記商品のイメージや特徴を前記ネットワークを介して公開するイメージ公開ステップと、前記イメージ公開ステップの後に前記応募者との間で価格などを含めた合意判定を行う合意判定ステップと、前記合意判定の後、合意が成立すると前記商品についての製造もしくは作成を行う製造・作成ステップと、逐次製造もしくは作成ステップのマイルストーン毎の進捗状況を前記ネットワークを介して公開する進捗状況公開ステップと、前記商品が完成された段階で前記応募者に前記商品を販売する販売ステップとを含むことを特徴とするネットワークによる商品の形成・販売処理方法。

【請求項 2】 前記商品の企画段階における前記公募ステップは、前記不特定多数のユーザに要求を聞く際、前記商品に対して困っている問題およびより良い商品情報を含んだ各人の要求を収集する請求項 1 記載のネットワークによる商品の形成・販売処理方法。

【請求項 3】 前記公募ステップは、新聞などの公開募集、アンケートによる市場の動向調査、郵送や聞き取りなどの情報収集手段を駆使して形成される請求項 1 記載のネットワークによる商品の形成・販売処理方法。

【請求項 4】 前記イメージ公開ステップは、前記不特定多数のユーザからの要求を満足した内容の情報を網羅したイメージ、特徴、特性でもって前記商品イメージを形成している請求項 1 記載のネットワークによる商品の形成・販売処理方法。

【請求項 5】 前記公募ステップにおける前記商品イメージは、コンピュータグラフィックにより作成され、前記ネットワークを介して公開および相互やり取りを行った後、合意又は妥協点を見出す請求項 1 記載のネットワークによる商

品の形成・販売処理方法。

【請求項 6】 前記イメージ公開ステップは、前記商品に対する擬似体験をハードウェアおよびソフトウェアの双方に関して実施する請求項 1 記載のネットワークによる商品の形成・販売処理方法。

【請求項 7】 前記製造・作成ステップおよび前記進捗状況公開ステップは、前記商品の製造・作成過程を公開するとともに、前記応募者からの仕様変更の要求が生じたときには、その段階から推定される出来上がりイメージに変更して公開し、妥協点を見出すことで差別化する請求項 1 記載のネットワークによる商品の形成・販売処理方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】

本発明はネットワークによる商品の形成・販売処理方法に関し、特にインターネットなどに用いるネットワークを使用して、商品の企画から販売に至るまでの間に市場調査を平行して実施し得るネットワークによる商品の形成・販売処理方法に関する。

【0002】

【従来の技術】

最近の工業社会においては、商品の差別化が顕著であり、個別対応による商品の企画はより重要となってきた。特に、社会に広く流通されている不特定多数の人々を対象にした「量産商品」と称する商品は、類似商品との差別化が少ないため、購買意欲を喪失させる要因となってきた。

【0003】

例えば、機能は同じだが商品の色といった個人個人がほしいと思う色の商品においてさえ、差別化の重要な要素になってくる。このような背景において、製造段階でそれらの差別化要素を取り入れた商品の製造販売は、多少の製造コストの増加はあるものの、顧客を獲得し次回へのユーザへのサービスを考えれば、大変有利なビジネスに繋がってくる。

【0004】

一例として、現在製造（メーカ）各社が製造するパソコンは、ハードの機能がほぼ同じであるので、流通における差別化は、色であったり、メモリ容量であったり、コードレスであったり、カメラ付きあるいは変わった形状などであったり、多様である。

【0005】

一方、商品を提供する側は、このような商品の差別化を行うにあたり、商品の企画化が行われると、市場リサーチを行い、その結果によりどのような商品を、どの程度販売可能であるか調査を行っている。

【0006】

【発明が解決しようとする課題】

上述した従来の商品の企画から販売までのシステムは、メーカ側の判断だけでユーザの嗜好を決定しているため、ユーザの要求が各人の生活環境、使用環境、好みに応じて様々であるにも拘らず、従来のユーザはそれらの何れかについて、またはすべてについて不満ながら購入せざるを得ないという欠点がある。

【0007】

また、メーカ側は、独自の市場リサーチおよび市場分析を行ってから、製造・販売に移行するため、商品の企画から販売までに膨大な時間を必要とするという欠点がある。

【0008】

本発明の目的は、ユーザの要求を最大限に取り入れると同時に、市場調査・分析を行い、商品の企画から販売までの時間を短縮することのできるネットワークによる商品の形成・販売処理方法を提供することにある。

【0009】

【課題を解決するための手段】

本発明のネットワークによる商品の形成・販売処理方法は、商品の企画段階でネットワークを介して不特定多数のユーザに要求を聞く公募ステップと、前記要求に基いて企画に対する応募者の集合を作成する要求収集ステップと、前記要求収集ステップにおいて収集された情報により前記商品のイメージおよび特徴の分類を行う分類ステップと、前記集合毎に前記商品のイメージや特徴を前記ネット

ワークを介して公開するイメージ公開ステップと、前記イメージ公開ステップの後に前記応募者との間で価格などを含めた合意判定を行う合意判定ステップと、前記合意判定の後、合意が成立すると前記商品についての製造もしくは作成を行う製造・作成ステップと、逐次製造もしくは作成ステップのマイルストーン毎の進捗状況を前記ネットワークを介して公開する進捗状況公開ステップと、前記商品が完成された段階で前記応募者に前記商品を販売する販売ステップとを含んで構成される。

【 0 0 1 0 】

また、本発明における前記商品の企画段階における前記公募ステップは、前記不特定多数のユーザに要求を聞く際、前記商品に対して困っている問題およびより良い商品情報を含んだ各人の要求を収集するように形成される。

【 0 0 1 1 】

また、本発明における前記公募ステップは、新聞などの公開募集、アンケートによる市場の動向調査、郵送や聞き取りなどの情報収集手段を駆使して形成される。

【 0 0 1 2 】

また、本発明における前記イメージ公開ステップは、前記不特定多数のユーザからの要求を満足した内容の情報を網羅したイメージ、特徴、特性でもって前記商品イメージを形成される。

【 0 0 1 3 】

また、本発明における前記公募ステップにおける前記商品イメージは、コンピュータグラフィックにより作成され、前記ネットワークを介して公開および相互やり取りを行った後、合意又は妥協点を見出すように形成される。

【 0 0 1 4 】

また、本発明における前記イメージ公開ステップは、前記商品に対する擬似体験をハードウェアおよびソフトウェアの双方に関して実施するように形成される。

【 0 0 1 5 】

さらに、本発明における前記製造・作成ステップおよび前記進捗状況公開ステ



ップは、前記商品の製造・作成過程を公開するとともに、前記応募者からの仕様変更の要求が生じたときには、その段階から推定される出来上がりイメージに変更して公開し、妥協点を見出すことで差別化するように形成される。

【 0 0 1 6 】

【発明の実施の形態】

本発明のシステムは、商品の立案から販売までの一連の作業において、インターネットに代表されるネットワークを介して、不特定多数の人々に商品機能、形状、特性などの商品を構成するあらゆる項目に関する情報を市場リサーチの機能を兼ねて求め、その分析結果によって商品を完成させるものである。以下、本発明の実施の形態について、具体的には、パソコンという商品を例にとり、ツールとしてのパソコンおよびネットワークを介し、商品の形成・販売処理 A A A よび販売に至るシステムを図面を参照して説明する。

【 0 0 1 7 】

図 1 は本発明の一実施の形態を説明するための商品企画から出荷にいたるシステム全体のフロー図である。図 1 に示すように、本実施の形態は、まずツールとしてのパソコンのホームページを用い、商品の企画公募を行う（公募ステップ S 1）。この公募ステップ S 1 は、メーカ側の商品企画の段階であり、メーカ側が設定したホームページ上で商品を指定するとともに、ネットワークを介してその商品に対する不特定多数の要求を聞く。

【 0 0 1 8 】

次に、商品の要求事項、すなわち項目毎にその企画に対する応募者（ユーザ）の集合をメーカ側で作成し（要求収集ステップ S 2）、商品イメージおよび特徴の分類を行う（分類ステップ S 3）。

【 0 0 1 9 】

しかる後、各集合毎に商品のイメージや特徴がメーカ側よりユーザに対し公開される（イメージ公開ステップ S 4）。このイメージ公開ステップ S 4 においては、バーチャル体験を実施できるようにして公開される。

【 0 0 2 0 】

かかるイメージ公開ステップ S 4 の後、価格などを含め合意判定が行われる（

合意判定ステップS5)。この合意判定ステップS5では、公募した商品に対しユーザ側が購入するかもしれない破棄するという合意に達するか、あるいは妥協点を見出すまで続けられる。

#### 【0021】

この合意判定ステップS5において、妥協点を含んだ合意が成立すると、商品についての製造がスタート（製造ステップS6）し、逐次製造工程のマイルストーン毎の進捗状況が公開される（進捗状況公開ステップS7）。最後に、商品が完成する（完成販売ステップS8）と、メーカ側より受注した応募者（ユーザ）に対し、前述したネットワークを介し商品の出荷が行われる。

#### 【0022】

図2は図1におけるネットワークを介したメーカ側と商品に対する応募の応募者との間の接続図である。図2に示すように、メーカ側のホストコンピュータ1はインターネットに用いるネットワーク2を介して複数の応募者（ユーザ）3と接続される。ここでは、メーカ側のホストコンピュータ1よりネットワーク2を介してパソコンという商品について、アンケートや希望要求などの形態により、要求事項を不特定多数の人々に問い合わせる。その結果、複数の応募者（ユーザ）3からそれぞれの要求事項が寄せられる。

#### 【0023】

まず、メーカ側1はパソコンの企画において、人々がどのような形態、機能、色、搭載ソフト等といったパソコンを構成するハードウェアやソフトウェアに関して、インターネットを通じて不特定多数の人々にアンケート調査、希望する要求などを募集する。ついで、収集した内容からイメージを設計し、応募者3へその設計情報を公開する。その間にネットワーク2を介して行われる応募は、項目別に分類し、各項目毎の応募者3の集合を作る。各集合者に対しては、項目別の応募を行なう。そして、各項目別の商品イメージを作り上げる。

#### 【0024】

かかる応募内容は2通りある。その1つは、メーカ側1の企画立案にて調査項目をリストアップし、メーカ側1の製造に可能な範囲でバリエーション項目をあらかじめ選定し、インターネットにてアンケート調査する内容である。もう1つ

は、大まかな企画案をインターネットを通じて提示し、その内容に関する顧客の色々な要求を受け付ける内容である。更に、任意の個別要求に対する意見を取り入れる。

#### 【 0 0 2 5 】

図 3 は図 2 における要求項目毎の応募者のマトリックス図である。図 3 に示すように、上述した応募の末に得られた結果は、メーカー側 1 にて n 項目の要求項目 4 に分類され、要求事項毎の応募者 3 の集合として作成される。この分類は可能な限り詳細分類とする。なお、項目 4 と応募者 3 のマトリックスの交点の丸印は、該当する場合を表わし、無い箇所は該当しないことを表わしている。これにより、パソコンという商品に対し、A～Z までの集合として表示された応募者集合情報ファイル 5 が作成される。

#### 【 0 0 2 6 】

図 4 は図 3 における商品の集合体毎の公開情報図である。図 4 に示すように、ここではメーカー側 1 により、分類別に商品のイメージや特性や特徴などが検討される。そして、基盤となる商品のイメージが決定された後、その基本イメージに各分類内容を割り振ったイメージと特徴が該当する応募者 3 に応募者集合情報ファイル 5 として転送される。すなわち、応募者 3 にそれぞれ公開され、ネットワーク 2 を介した応募により意見が収集される。それらの内容は合意されるか、妥協点を見出すまで実施される。

#### 【 0 0 2 7 】

このとき、メーカー側 1 が公開するイメージは、コンピュータグラフィック（CG）を駆使したイメージであり、可能な限りバーチャルに体験できる情報である。また、その段階で商品の価格が伝達される。

#### 【 0 0 2 8 】

特に、バーチャル体験は、パソコンを置く場所、使い方、環境とのバランスなど応募者 3 側にとって有効なものかどうかを擬似体験できる重要な検証ステップとなる。この体験は、応募者側自身での体験も可能であるが、応募者 3 側での体験が困難な場合は、メーカー側 1 にその使用環境データをネットワーク 2 を介して送付することにより、メーカー側 1 にて擬似体験を構築し、応募者 3 にチェックし

てもらふことでも可能である。

【 0 0 2 9 】

図 5 は図 4 における各商品の製造工程と日程の関係を表わす進捗状況図である。図 5 に示すように、各項目別のイメージが決定されると、応募者 3 に商品製造段階での進捗状況が連絡され、正式な商品完成日と価格が表示される。例えば、この進捗状況は、経過した工程および製造日程と、今後の予定とが製造段階の進捗記録として通知される。

【 0 0 3 0 】

しかし、商品の製造段階において、応募者 3 側からの仕様変更が提示されることが考えられるが、その場合は、その提示段階にて推定される出来上がり品にイメージを変更し、妥協点を見出すことにより、差別化された商品を供給することも可能である。

【 0 0 3 1 】

最終的に、出来上がった商品に対しては、各購入者に商品の長所、短所などの調査が実施され、そのデータが以降の商品立案に適用される。

【 0 0 3 2 】

以上のようにして、インターネットを介したシステムにより、顧客に差別化された商品を満足のいく形態で供給される。また、メーカー側 1 から見ると、独自の市場リサーチを取り込むことができ、商品の企画から販売までの時間、工数を削減することができる。

【 0 0 3 3 】

以上はパソコンという有形の商品に対してのシステムであったが、本発明は無形の商品に対しても同様に適用することができる。例えば、旅行企画に代表されるような無形の商品に対しては、或る地域に関しての基本情報と企画募集案とがインターネットを介して公開される。その企画に賛同する不特定多数の人からの意見や案（例えば、行きたい場所、宿舎、料理、価格、交通手段、価格、季節等）が提示される。その収集されたデータは分類され、各テーマ毎の案が構成される。ついで、その案を各対象応募者に公開し、合意に達するか妥協案が見出されるまで双方のやり取りがインターネットを介して実施される。しかる後、合意が

成立すると、企画立案側は最終的な商品を確認し、応募者に対してその無形商品を販売する。

【 0 0 3 4 】

なお、上述した 2 つの例において、メーカ側の企画立案に対しては、自社、委託に関わらず、各商品実現先の信頼性、迅速性、距離、連絡手段などの情報を入手しておき、それらを駆使した商品立案がなされる。

【 0 0 3 5 】

さらに、上記の 2 例に関して、商品企画案は新聞などで公開募集を行ったり、アンケート調査による市場の動向を検索したり、郵送や聞き取りなどあらゆる情報収集手段を駆使した企画案とすることも可能である。

【 0 0 3 6 】

【発明の効果】

以上説明したように、本発明のネットワークによる商品の形成・販売処理方法は、インターネット用のネットワークを介しメーカ側とユーザ側との送受信を繰返すことにより、各個人に依存した商品を相互の了解の基に供給することができ、フリーな時間での応答を可能にするとともに、企画立案側（メーカ側）および顧客側（ユーザ側）共に瞬時の対応と、何処にでも居ながらにして応答できるという効果がある。

【 0 0 3 7 】

また、本発明は、メーカ側から見ると、差別化した顧客要求の製品仕様に基いた商品を供給することができると同時に、商品の企画段階から製造、出荷までの日程を公開するので、顧客の満足度を高めることができるという効果がある。しかも、本発明は、顧客にとって不満な商品の供給を防止し且つ膨大な宣伝費用を大幅に削減でき、新規顧客の開拓、無駄な商品の製造防止を実現できる上、製造途中での商品の特徴やイメージの変更に対してもフレキシブルに対応することができるという効果がある。

【 0 0 3 8 】

さらに、本発明は、ユーザ側から見ても、従来公けにならなかった不満を吸上げることができ、商品の入手前に外形像や疑似体験をすることができるので、そ

の商品に付随する環境や構成を予じめ準備できるという効果がある。

【図面の簡単な説明】

【図 1】

本発明の一実施の形態を説明するための商品企画から出荷にいたるシステム全体のフロー図である。

【図 2】

図 1 におけるネットワークを介したメーカー側と商品に対する応答の応募者との間の接続図である。

【図 3】

図 2 における要求項目毎の応募者のマトリックス図である。

【図 4】

図 3 における商品の集合体毎の公開情報図である。

【図 5】

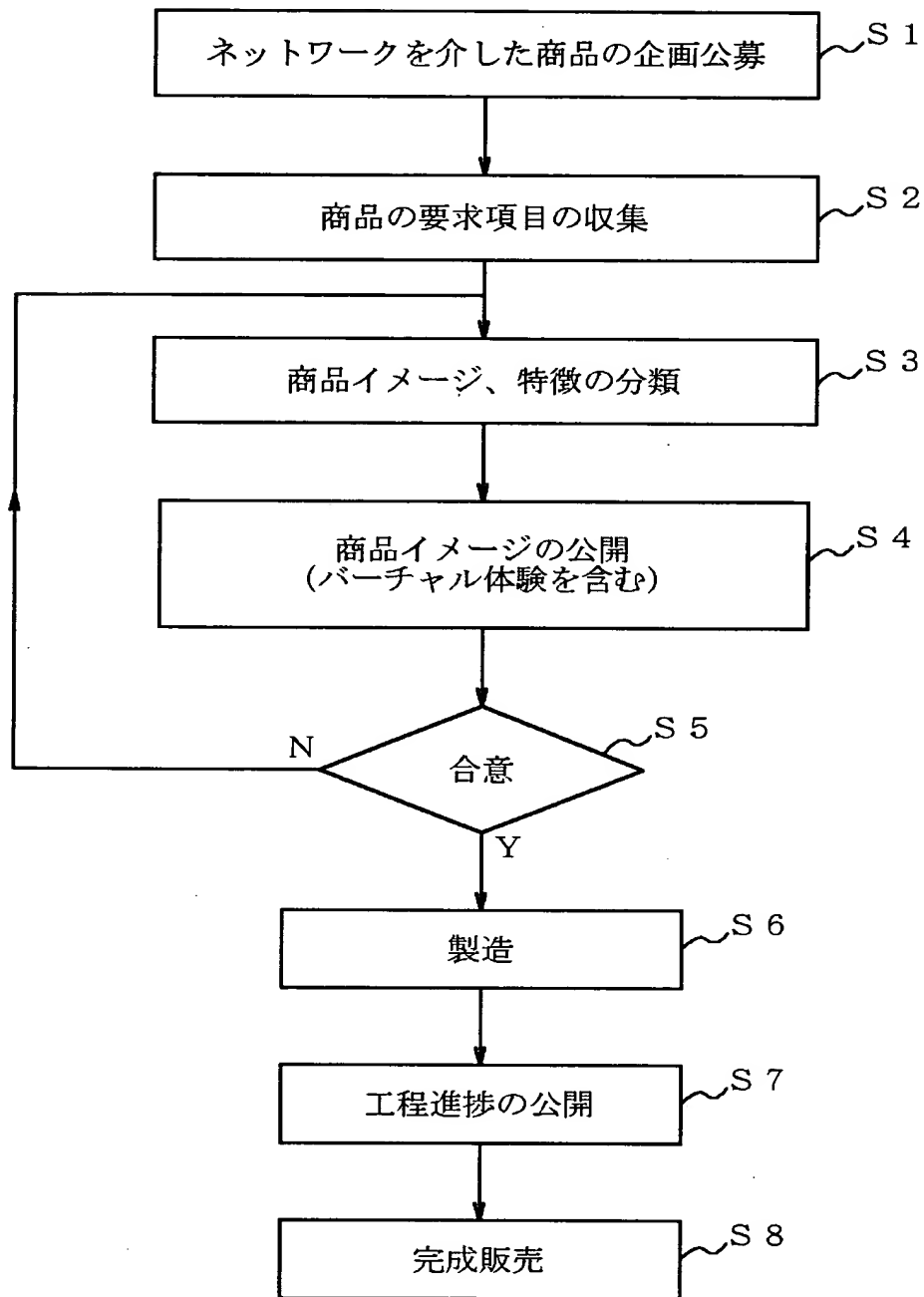
図 4 における各商品の製造工程と日程の関係を表わす進捗状況図である。

【符号の説明】

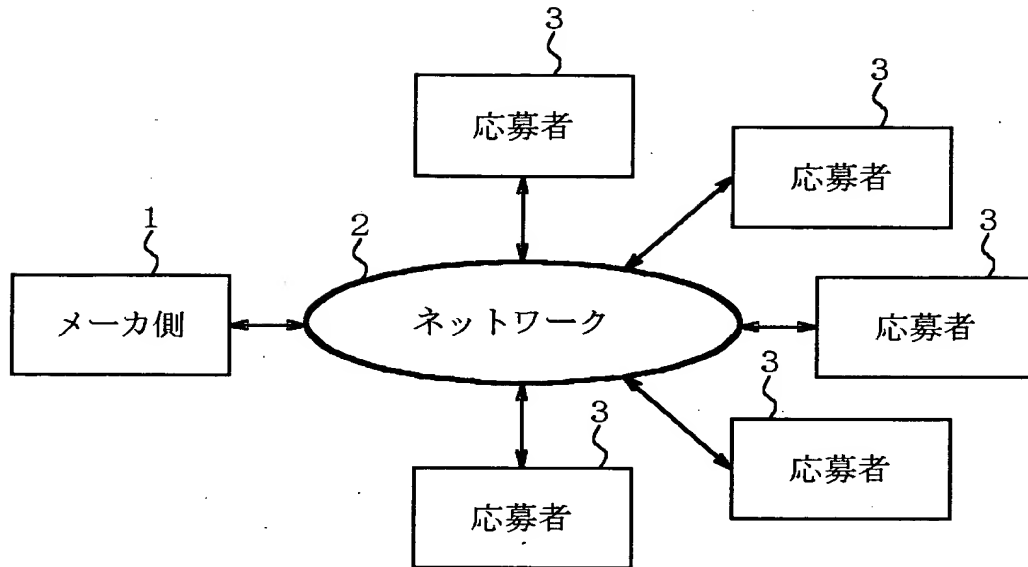
- 1     メーカー側ホストコンピュータ
- 2     ネットワーク
- 3     応募者（ユーザ）端末
- 4     要求項目
- 5     応募者集合情報ファイル

【書類名】 図面

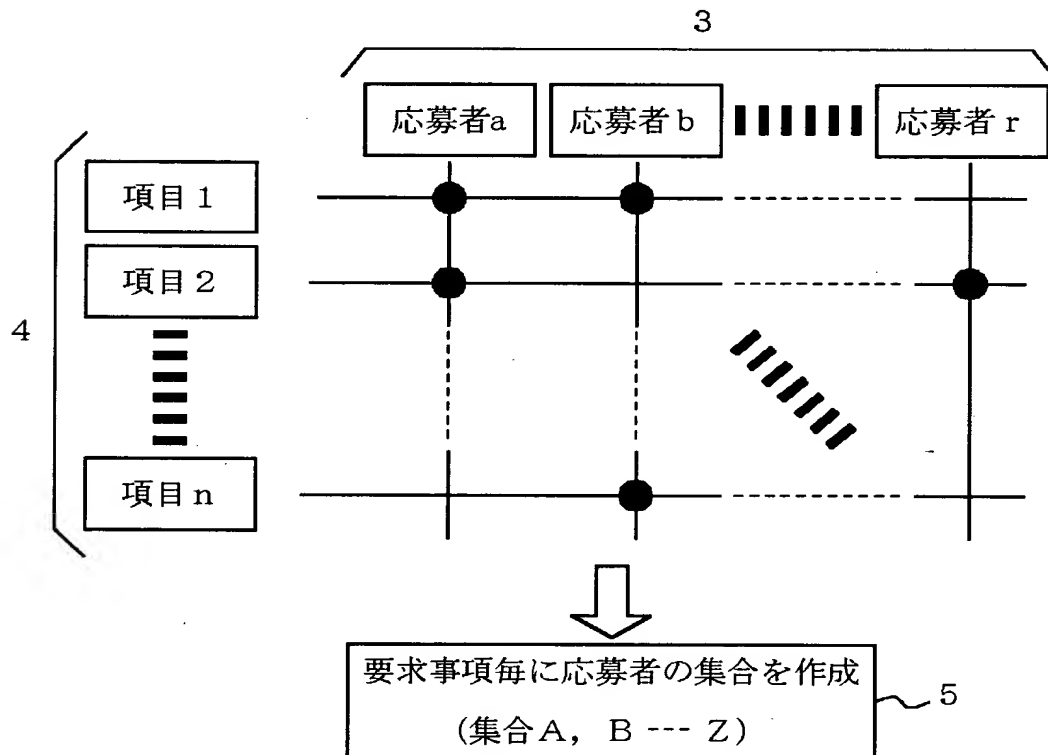
【図 1】



【図 2】

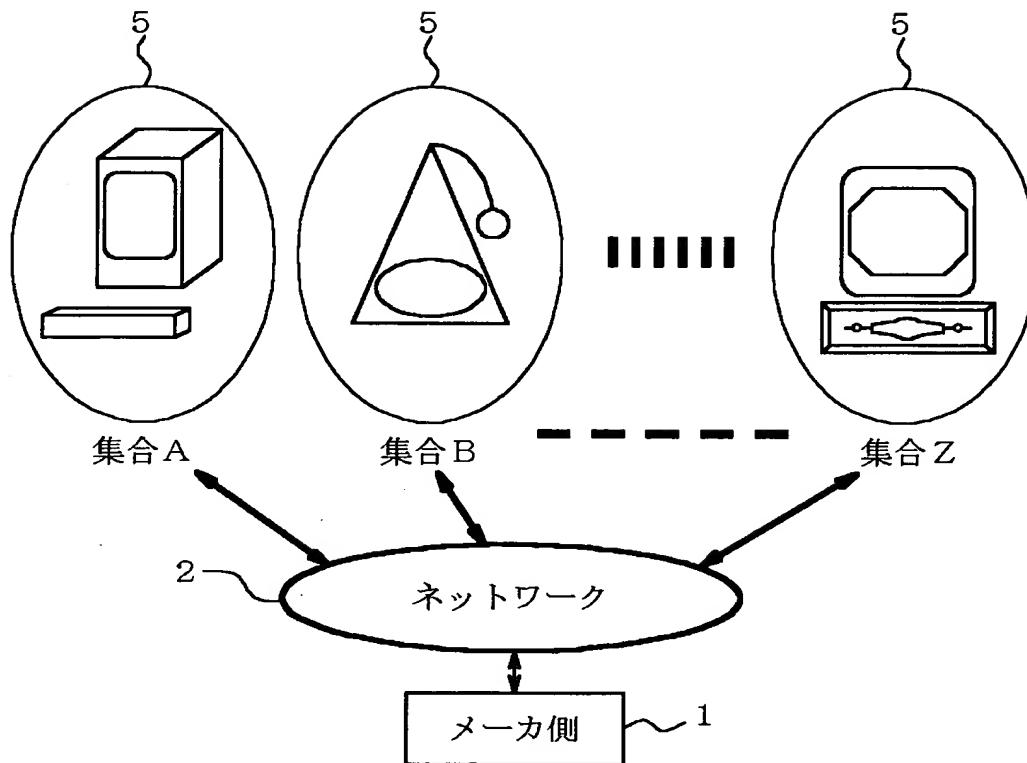


【図 3】

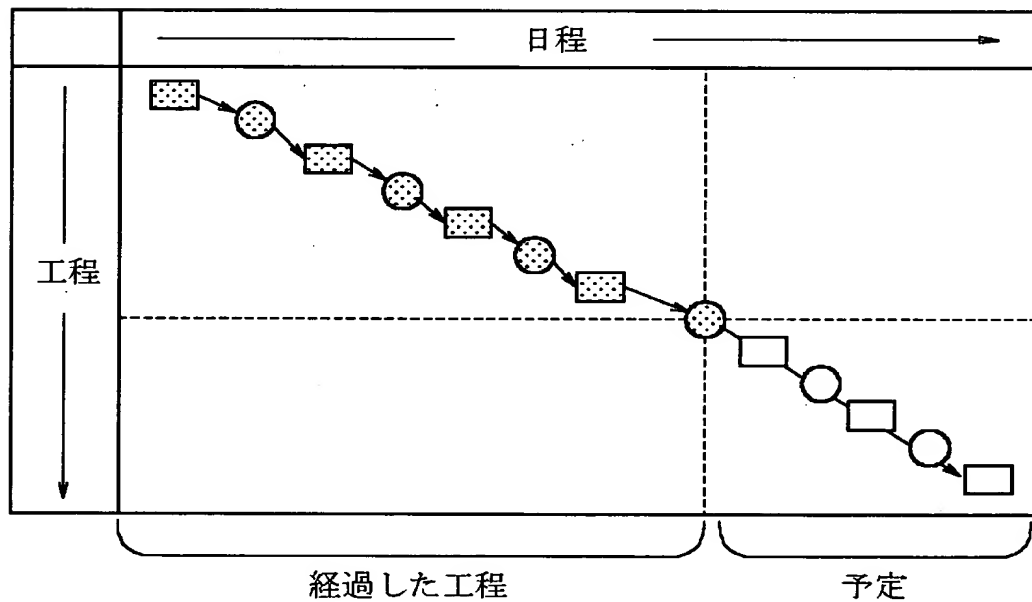




【図4】



【図5】



【書類名】 要約書

【要約】

【課題】ユーザの要求を最大限に取り入れ、市場調査・分析を行い、商品の企画から販売までの時間を短縮することにある。

【解決手段】商品の立案において、インターネット用のネットワークを介して、不特定多数のユーザに商品機能，形状，特性等の商品構成項目情報を聞き、商品を完成させる。そのために、公募ステップ S 1，要求収集ステップ S 2，分類ステップ S 3，イメージ公開ステップ S 4，合意判定ステップ S 5，製造・作成ステップ S 6，進捗状況公開ステップ S 7 を含み、商品が完成された段階で販売ステップ S 8 が実施される。

【選択図】 図 1

認 定 ・ 付 加 情 報

|         |                          |
|---------|--------------------------|
| 特許出願の番号 | 特願 2 0 0 0 - 2 0 1 1 8 4 |
| 受付番号    | 5 0 0 0 0 8 3 3 6 5 3    |
| 書類名     | 特許願                      |
| 担当官     | 第七担当上席 0 0 9 6           |
| 作成日     | 平成 1 2 年 7 月 4 日         |

< 認定情報・付加情報 >

|       |             |
|-------|-------------|
| 【提出日】 | 平成12年 7月 3日 |
|-------|-------------|

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [0 0 0 0 0 4 2 3 7]

|          |                     |
|----------|---------------------|
| 1. 変更年月日 | 1 9 9 0 年 8 月 2 9 日 |
| [変更理由]   | 新規登録                |
| 住 所      | 東京都港区芝五丁目 7 番 1 号   |
| 氏 名      | 日本電気株式会社            |